

MOTUMETITS

MARKETING – MANAGEMENT

Fis w 68/05

wid  
m

# MANAJEMEN PENGELOLAAN MONUMEN KAPAL SELAM

(STRATEGI PROMOSI MANAJEMEN MONUMEN KAPAL SELAM DI SURABAYA)

## TUGAS AKHIR



OLEH :

SUSANDI WIDYANTO

NIM : 070110798-S

PROGRAM STUDI D-III PARIWISATA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
S U R A B A Y A

2005



# **MANAJEMEN PENGELOLAAN MONUMEN KAPAL SELAM**

**(STRATEGI PROMOSI MANAJEMEN MONUMEN KAPAL SELAM DI SURABAYA)**

## **TUGAS AKHIR**

**Sebagai Syarat Untuk Menempuh Gelar Ahli Madya  
Pada Program Studi D-III Pariwisata  
Universitas Airlangga**



**OLEH :**

**SUSANDI WIDYANTO**

**NIM : 070110798-S**

**PROGRAM STUDI D-III PARIWISATA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
S U R A B A Y A**

**2005**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini telah disetujui untuk diujikan



Surabaya, 22 Desember 2004

Dosen Pembimbing Tugas Akhir

*Nur Emma*

Nur Emma Suriani S.Sos.

Nip. 132 305 110

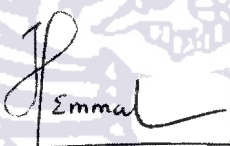
## LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dihadapan panitia penguji

Pada tanggal 13 Januari 2005

Panitia penguji terdiri dari

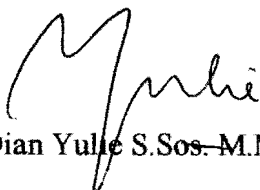
Dosen Penguji I



Nur Emma Suriani S.Sos

Nip. 132 305 110

Dosen Penguji II



Dian Yulie S.Sos-M.M

Nip. 132 230 966

## ABSTRAKSI

Obyek Wisata Monumen Kapal Selam merupakan salah satu dari sekian banyak obyek wisata yang ada di Surabaya dan merupakan obyek wisata yang bernuansa bahari. Sebagai obyek wisata yang tergolong baru, Monkasel belum dikenal masyarakat secara luas. Oleh karena itu diperlukan suatu usaha pemasaran yang dalam hal ini adalah promosi dan publikasi yang bertujuan untuk memberitahukan kepada masyarakat mengenai keberadaan obyek wisata ini. Usaha promosi dan publikasi yang telah dilakukan antara lain dengan mengeluarkan brosur, melalui media massa, serta media elektronik. Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sedangkan data-data yang didapat adalah hasil observasi langsung ke obyek wisata dan wawancara dengan pengelola Monkasel. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi dan publikasi sangat penting artinya dalam rangka memperkenalkan dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu obyek wisata. Masyarakat selalu berpendapat bahwa Monumen adalah tempat menjemukan. Penulis mencoba untuk menunjukkan bahwa Monkasel selalu berusaha untuk menyuguhkan even yang mengurangi adanya pendapat tersebut dengan melakukan penelitian mengenai promosi dan publikasi yang dilakukan oleh pihak pengelola. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mendapatkan data-data penunjang, penulis mencoba untuk melihat bagaimanakah usaha yang dilakukan oleh pengelola Monkasel ini. Sampaikah promosi maupun publikasi yang dikeluarkan oleh pihak pengelola ke masyarakat luas baik itu wisatawan domestik maupun mancanegara. Kendala dalam melaksanakan pengoperasian Monkasel akan selalu ada. Hal tersebut merupakan tantangan bagi pihak pengelola untuk mengatasinya dan berusaha untuk tidak terjadi lagi dikelak kemudian hari.